

奥飞娱乐股份有限公司

关于未弥补亏损达到实收股本总额三分之一的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

奥飞娱乐股份有限公司（以下简称“公司”或“奥飞娱乐”）于2023年4月27日召开了第六届董事会第六次会议和第六届监事会第六次会议，审议通过了《关于未弥补亏损达到实收股本总额三分之一的议案》，本议案尚需提交公司2022年度股东大会审议，现将相关情况公告如下：

一、情况概述

经华兴会计师事务所（特殊普通合伙）出具的公司《2022年度审计报告》（华兴审字[2023]22013390015号），公司2022年度合并报表实现归属于上市公司股东的净利润为-171,598,809.76元，截至2022年12月31日合并报表未分配利润为-797,010,671.87元，公司股本为1,478,699,697股，未弥补亏损金额超过实收股本总额的三分之一。根据《公司法》《公司章程》等相关规定，该事项需提交公司股东大会审议。

二、亏损的主要原因

报告期内，公司部分涉及线下终端销售以及体验的业务受宏观经济波动以及市场消费需求减弱等因素影响，未能实现预期经营业绩；海外婴童用品业务因海运价格费用高企，其利润贡献亦受到较大影响。

三、公司为弥补亏损拟采取的措施

随着各项稳经济政策、促消费活力等措施逐步落实，居民的消费信心以及消费市场活力有望逐渐增强，新的一年有可能成为国内经济复苏的转折点。2023年也是公司成立三十周年重要里程碑，站在新征程的起点，公司将积极把握机遇，谋划新布局，迭代新战略，持续聚焦主营业务，夯实稳健发展根基，加强提升经营效益。

1、TV动画业务

内容创作是公司发展的核心源动力，2023年公司将稳定推出相关IP的最新TV动画内容。“超级飞侠”将于上下半年分别更新第十四季和第十五季动画剧集，并特别打造《超级飞侠文化中华》系列篇，旨在向观众展示祖国秀美山河以及弘扬中华优秀传统文化，让小朋友们一睹全国各地美丽的自然与人文环境，了解丰富多彩、源远流长的传统文化；“喜羊羊与灰太狼”已于1月份推出《勇闯四季城》，收视表现不俗，并计划在暑假期间推出《羊村守护者》系列新片；“飓风战魂之剑旋陀螺”“巴啦啦小魔仙”“超凡小英雄”“萌鸡小队”“贝肯熊”等IP计划在年内上新，以优质的剧情和精良的制作为观众带来满意的动画内容。

此外，公司倾力制作的动作冒险类恐龙机甲动画IP“量子战队”也将于今年推出，此片将把6-9岁观众最喜爱的巨大的恐龙、变形机甲以及载具等元素集于一体，在精彩的探险过程中让孩子们了解到许多关于恐龙以及它们的栖息地和习性的知识，以3D动画的形式为孩子们带来全新的冒险体验。

2、动画电影

动画电影是公司近年来持续投入资源发展的重点业务，预计将在2023年上映两部影片，其中万众期待的“超级飞侠”首部大电影已蓄势待发，计划将于今年暑假与观众见面；“贝肯熊”系列第三部电影预计将在下半年定档上映。此外，公司还有“喜羊羊与灰太狼”“萌鸡小队”“巴啦啦小魔仙”“铠甲勇士”等多部电影项目正在制作或筹划过程中。公司计划每年上映两部动画电影作品，保持相关品牌热度的持续性，并不断提升IP认知度和喜爱度。

3、玩具业务

公司将保持资源投入，结合内容上线，围绕头部IP在多品类进行深度开发，陆续推出多个精品玩具项目。同时结合产品特性及行业渠道发展现状，做到线上线下渠道同步发展，精准覆盖核心用户群体。

(1)“超级飞侠”项目将从大变形焕新、产品焕新、形象焕新三个方面，结合电影、剧集、番外系列内容的播出计划推出与内容密切相关的产品，将内容与用户紧密相连，做到产品内容完美融合。大变形焕新为核心产品大变形系列，在制作、玩法、包装、终端陈列等全方面升级；产品焕新指推出全新超级宠物变形机甲、趣味变形车、超级装备机器人等产品系列；形象焕新即为在包装、货架方面升级，创新推出机库墙特陈覆盖多家核心门店和终端，以及数千个全新豪华展箱，进一步推动“超级飞侠”玩具项目的线下营销。

(2)“巴啦啦小魔仙”项目将以5寸换装人偶、魔法道具、场景系列产品作为三大主力产品线，精准化适配各大渠道，并在经销商终端、百货及商超渠道进行特陈全方位改造。与此同

时持续开拓10寸人偶、迷你场景等新品类，丰富产品线布局，并结合巴啦啦小魔仙15周年打造事件营销，推出巴啦啦15周年限定魔法棒，持续拉升项目热度。

(3)“飓风战魂”项目将根据今年推出的《飓风战魂之剑旋陀螺》下半部新片推出能满足消费者更多需求的产品。全新产品将在竞技体验、颜值外观、周边装备三个方面进行升级，并计划推出多场线下赛事，搭建周赛、区域赛、全国赛三级赛事体系培养剑旋陀螺圈子文化。与此同时布局短视频传播、电视大赛等线上渠道，以线上联动线下比赛的方式带来沉浸式剑旋陀螺竞技体验。

(4)公司积木品类“维思积木”品牌一方面将以自有IP为核心，结合动画内容播出推出飓风战魂积木陀螺系列、铠甲勇士盲盒系列、巴啦啦盲盒系列、超级飞侠积木系列产品；另一方面将进一步巩固其他积木类产品的竞争优势，继续推出积木遥控车系列、UNI-JOY缤纷花海系列、新潮流文化系列等积木类新产品，以打造品牌独特优势，寻求业绩持续增长。

4、婴童业务

公司将充分发挥自有婴童品牌在各自区域、品类、渠道的优势，相互协同发展并保持侧重，持续在大母婴领域打造中外消费者可信赖的品牌。

(1)“Babytrend”在产品方面将持续研究开发推车、安全座椅等核心出行品类的新品，并通过子品牌“Smart Steps”横向扩充品类，该品牌核心品类为0-3岁婴幼儿室内用品以及益智类玩具，自2021年成立以来销售额快速增长，有效助推婴童用品业务稳步发展；在生产方面，将继续优化供应链流程，推进采购降本及工程降本，并持续细化完善生产流程及标准，建立严格的质量追溯制度，持续提高产品质量；在渠道方面，除与沃尔玛、塔吉特、亚马逊等优质大客户保持紧密的合作关系外，不断挖掘如仓储类、百货类等其他销售渠道客户，并开发海外其他高成长、消费力强地区客户，以寻求海外市场突破，提升海外市场份额。

(2)“澳贝”将在健身架、牙胶、摇铃等核心品类持续推出新品，搭建品类矩阵，同时充分利用公司自有IP，与澳贝产品相结合，助力产品在行业内打造差异化竞争优势，为品牌赋能，并在生产、物流等方面积极降本，提高整体毛利率。渠道方面，将继续发展传统电商及内容电商，保持线上渠道稳定增长，建立线上婴童品类优势，同时积极聚焦线下经销渠道拓展，根据客户区域、品类等特点灵活制定合作计划，因地制宜，扩大线下销售市场规模。

5、IP商业化全案营销业务

2023年公司将IP授权、IP商业化创新小组、商业展览部等整合为IP商业化全案营销业务部，积极推动奥飞IP生态资源合作，提升IP社会价值与影响力，扩大规模空间，找到新的增长点。

在合作品类与行业方面，除传统食品饮料、日化用品、服装配饰等重点授权品类保持投入外，将持续填补品类空白，不断挖掘各行业头部企业进行合作，并积极开拓新兴授权平台，持续破圈年轻人市场，寻求IP授权领域扩张。在合作方式上，公司将积极拓展更多整合营销模式，充分利用公司以IP为核心的全产业链生态优势，从前段商务开拓、中台创意支持、全链路营销赋能、到线下活动落地等环节，整合产业链资源，开展全案营销服务模式；同时结合喜羊羊与灰太狼18周年、巴啦啦小魔仙15周年等重点项目，联合被授权商及平台进行品牌联盟，开展事件营销活动。

特此公告

奥飞娱乐股份有限公司
董 事 会
二〇二三年四月二十九日